

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kemajuan telekomunikasi dan internet telah banyak mempengaruhi kehidupan kita, termasuk dalam hal perdagangan. Dimana kemajuan tersebut memberikan rasa yang berbeda, mulai dari memesan barang hingga menjualnya kembali, kini dapat dilakukan dengan mudah, dimana saja, dan kapan saja, tanpa harus mempertemukan pihak yang bertransaksi secara fisik.

Perdagangan/transaksi jual beli secara *online* dikenal dengan istilah *e-commerce*, yakni merupakan konsep yang menjelaskan proses jual beli atau pertukaran produk, layanan, dan informasi melalui jaringan telekomunikasi dan jaringan komputer termasuk internet.¹

Model *e-commerce* yang ada sekarang diantaranya merupakan hasil pengembangan dari model perdagangan tradisional (*traditional commerce*) seperti halnya *advertising model*, atau ada pula model *e-commerce* yang bukan diadaptasi dari model *traditional commerce* seperti *info-mediary model*. Disamping kedua contoh tersebut terdapat model *e-commerce* lainnya yang telah cukup dikenal seperti model *merchan*, *brockorage*, *mixed*, dan model *subscription*.

Model *Subscription* merupakan suatu model baru belanja *online* yang menyediakan pengiriman barang dagangan secara berkala kepada konsumen dengan menghilangkan tanggung jawab konsumen untuk memilih barang

¹ Mamta Bhusry, *E-Commerce*, (Ghaziabad: Firewall Media, 2005), hlm. 3.

dagangan mengunjungi toko secara substansial.² Seiring perkembangannya, *e-commerce* dengan model *subscription*, tidak hanya menjual produk digital saja namun juga dapat menjual produk *non-digital (physical goods)*³. Diantaranya Amazon, perusahaan *e-commerce* multinasional ini kini menyediakan laman khusus pada *websitenya* untuk menjual produk-produk dengan model *subscription*, dimana pelanggannya dapat melakukan pembelian terhadap barang tertentu secara berulang dengan otomatis.

Banyak bermunculan tipe-tipe model *subscription* baru dengan beragam konsep menariknya yang memperkaya khazanah bisnis model *subscription* ini, guna menciptakan pelanggan yang loyal. Diantara tipe model *subscription* yang sedang populer adalah model *subscription* dengan konsep *subscription box*.

Subscription box adalah suatu konsep hasil pengembangan model bisnis *subscription* yang menawarkan preposisi nilai yang khas bagi pelanggannya. secara umum preposisi nilai pelanggan yang dimiliki perusahaan *subscription box* adalah konsep *surprise*, yakni suatu konsep penjualan barang yang dimaksudkan untuk dapat memberikan kejutan kepada pelanggan setiap periodenya.

Dengan digunakannya konsep ini, maka pelanggan tidak dapat mengetahui dan tidak dapat memesan secara detail produk apa yang akan diterima setiap bulannya. proses kurasi lah yang digunakan perusahaan guna memberikan produk-produk yang berkesesuaian dengan keinginan pelanggan.

Kurasi merujuk pada KBBI berarti “kegiatan mengelola benda-benda di ekshibisi di museum atau galeri”, sedangkan dalam konteks bisnis *subscription*

² Hongjoo Woo, dan Bharath Ramkumar, “Who seeks a surprise box? Predictors of consumers’ use of fashion and beauty subscription-based online services (SOS)” dalam *Journal of Retailing and Consumer Services*. nc: Elsevier. Vol. 41 (Maret 2018) : 121-130.

³ Susheela Menon, *E-commerce Management*, (Kerala: SDE University of Calicut, 2014), hlm. 19.

box, kurasi dapat diartikan sebagai suatu usaha memilihkan produk-produk yang sesuai untuk dikirim kepada pelanggan.

Subscription box dalam perkembangannya yang cukup pesat kini memiliki sektor industri tersendiri, ribuan perusahaan *subscription box* dengan berbagai macam kategorinya dapat kita temukan dengan mudah, mulai dari produk aksesoris, makanan, pakaian, perlengkapan anak-anak, perlengkapan binatang peliharaan, hingga perlengkapan alat cukur pun tersedia.

Berdasarkan laporan dari Hitwise dalam analisisnya terhadap industri *subscription box*, bahwa persentase kunjungan bulanan industri *subscription box* pada April 2017 meningkat hingga 831% dibandingkan April 2014. Dimana IPSY (kategori kecantikan) menjadi perusahaan *subscription box* yang memiliki jumlah pengunjung tertinggi pada April 2017.⁴

Di Indonesia, bisnis *subscription box* ini perlahan mulai berkembang, dibuktikan dengan semakin banyaknya perusahaan-perusahaan *subscription box*, atau beberapa ritel *online* yang juga ikut menyediakan produk *subscription box*. Berdasarkan pencarian penulis melalui Google dan Instagram, beberapa nama perusahaan *subscription box* di Indonesia di antaranya ada Sociolla dengan produk *Beauty Box*nya, kemudian Bingo Box, Tadabox, Gummy Box, Litbox, Peti buku, dan lain-lain. Sementara *subscription box* luar negeri yang dapat dikirim ke Indonesia, menurut hasil pencarian Hello Subscription, yang merupakan *website* penyedia informasi seputar *subscription box*, terdapat 1384 produk, di antaranya

⁴ Fetto, John. "The Rise of Subscription Boxes and the Consumers behind Them" Online Journal *Subscription Summit 2017*, Hitwise, 2017.

The Gentleman's Box, Owl Crate, Panda Pals, Lookfantastic Beauty Box, Pipsticks, Cairn, dan lain-lain.⁵

Pandangan Islam terhadap bisnis kontemporer, salah satunya *subscription box* dapat dilihat dari segi kemaslahatan dan kebutuhan manusia atas bisnis-bisnis tersebut seiring dengan teknologi yang cepat berubah sesuai perkembangan zaman, maka berdasarkan prinsip kebolehan yang berasal dari kaidah *fiqh mu'amalah*:

الأَصْلُ فِي الْمُعَامَلَةِ الْإِبَاحَةُ إِلَّا أَنْ يَدُلَّ دَلِيلٌ عَلَى تَحْرِيمِهَا

“Hukum asal dalam semua bentuk *mu'amalah* boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya”⁶.

Maka Islam memberi kesempatan yang luas untuk mengembangkan suatu model bisnis baru, selama tidak melanggar aturan-aturan syariah. Namun hilangnya tanggung jawab konsumen untuk memilih barang yang akan dibelinya dalam sistem jual beli *subscription box*, maka konsumen tidak mengetahui secara pasti barang yang akan diterima setiap bulannya, sehingga objek yang diperjualbelikan menjadi tidak jelas.

Jual beli yang diperbolehkan oleh Islam adalah segala bentuk jual beli yang memenuhi persyaratan-persyaratan, rukun-rukun, dan hal-hal lain yang berkaitan dengan jual beli.⁷

Jual beli yang objeknya tidak diketahui/tidak jelas, tidak memenuhi syarat dari objek jual beli (*ma'qud 'alaih*), sehingga jual beli tersebut dikategorikan pada jual beli *gharar*, dimana hal tersebut dilarang sebagaimana Hadis:

⁵ Hello Subscription, *Subscription Box That Ship To Indonesia*, <https://boxes.hellosubscription.com/country/indonesia/> (diakses 10 Januari 2018)

⁶ A. Djazuli, *Kaidah-Kaidah Fikih: Kaidah-Kaidah Hukum Islam dalam Menyelesaikan Masalah-Masalah yang Praktis*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), hlm.130.

⁷ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2011), hlm. 69.

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ، قَالَ نَهَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنْ بَيْعِ الْحَصَاةِ وَعَنْ بَيْعِ الْغَرَرِ

“Abu Hurairah, dia berkata : “Rasulullah *shallallahu ‘alaihi wa sallam* melarang jual beli lempar kerikil dan jual beli *gharar*.” (*Shahīh* Muslim 1513).⁸

Atas dasar temuan-temuan di atas penulis merasa tertarik untuk mengetahui lebih dalam tentang **“Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap Bisnis *Subscription Box*”**, dengan cara mengkaji dan menganalisis sistem jual beli tersebut melalui teori-teori bisnis islam khususnya di bidang jual beli menurut hukum ekonomi syariah.

B. Rumusan Masalah

Perposisi nilai pelanggan yang secara umum ditawarkan oleh perusahaan *subscription box* adalah menjual barang dengan cara ‘kejutan’, yakni barang (objek) yang diperjualbelikan tidak dapat dipesan dan diketahui secara detail oleh pelanggannya, hal tersebut menjadi daya tarik tersendiri bagi pelanggan *subscription box*. Padahal berdasarkan hukum ekonomi syariah, jual beli yang tidak diketahui secara jelas objeknya (*gharar*) adalah jual beli yang terlarang.

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka dapat dibuat beberapa pertanyaan penelitian yang hendak dijelaskan dalam skripsi ini, yakni:

1. Bagaimana Pelaksanaan Bisnis *Subscription Box*?
2. Bagaimana Pelaksanaan Bisnis *Subscription Box* Berdasarkan Hukum Ekonomi Syariah?

⁸ Sunnah.com, “The Hadith of the Prophet Muhammad (صلى الله عليه و سلم) at your fingertips”. Mengutip Sunan Ibn Majah, *The Chapters on Bussines Transaction*, Hadis no. 2195. <https://sunnah.com/muslim/21> (diakses 10 Januari 2018).

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian di atas, maka tujuan dari penelitian dalam skripsi ini, yakni:

1. Mengetahui Pelaksanaan Bisnis *Subscription Box*.
2. Mengetahui Pelaksanaan Bisnis *Subscription Box* berdasarkan Hukum Ekonomi Syariah?

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pengembangan ilmu pengetahuan di bidang Hukum Ekonomi Syariah, lebih tepatnya dalam bidang bisnis kontemporer berupa bisnis *subscription box*.

2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi para pelaku ekonomi syariah dalam mempertimbangkan putusan untuk dijalankan atau tidaknya bisnis *subscription box*, setelah mengetahui bagaimana hukum dari bisnis tersebut. Diharapkan pula agar dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi masyarakat terhadap bisnis *subscription box*.

E. Kerangka Penelitian

1. Studi Terdahulu

Sebelum melakukan penelitian lebih lanjut, penulis melakukan penelaahan karya-karya ilmiah yang berhubungan dengan penelitian yang akan diteliti dengan judul “Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Bisnis *Subscription Box*”.

Tujuan adanya telaah adalah untuk menghindari adanya plagiasi atau pengulangan dalam penelitian ini, sehingga tidak terjadi adanya pembahasan yang sama dengan penelitian yang lain. Maka penulis perlu menjelaskan tentang topik penelitian yang penulis teliti, berikut beberapa kajian dan pembahasan yang berkaitan dengan masalah tersebut:

a. S. Bischof, T. Böttger, N. Weiler (2017), Dalam Jurnalnya “*Disruption at the Door: A Taxonomy on Subscription Models in Retailing*” yang digunakan sebagai *marketing review* (Tinjauan Pemasaran) di kota St. Gallen, Dalam jurnal tersebut diketahui bahwa Model *Subscription* telah menjadi cara baru yang populer bagi konsumen untuk berbelanja. Jurnal ini mengembangkan taksonomi *Subscription* sebagaimana *predifined* (standar), *curated* (kurasi), dan *surprise* (kejutan) sebagai tiga arketipe/pola dasar utama dari Model *Subscription*. Kerangka kerja implementasi memberikan panduan kepada para manajer untuk memperkenalkan model *subscription* mereka sendiri.

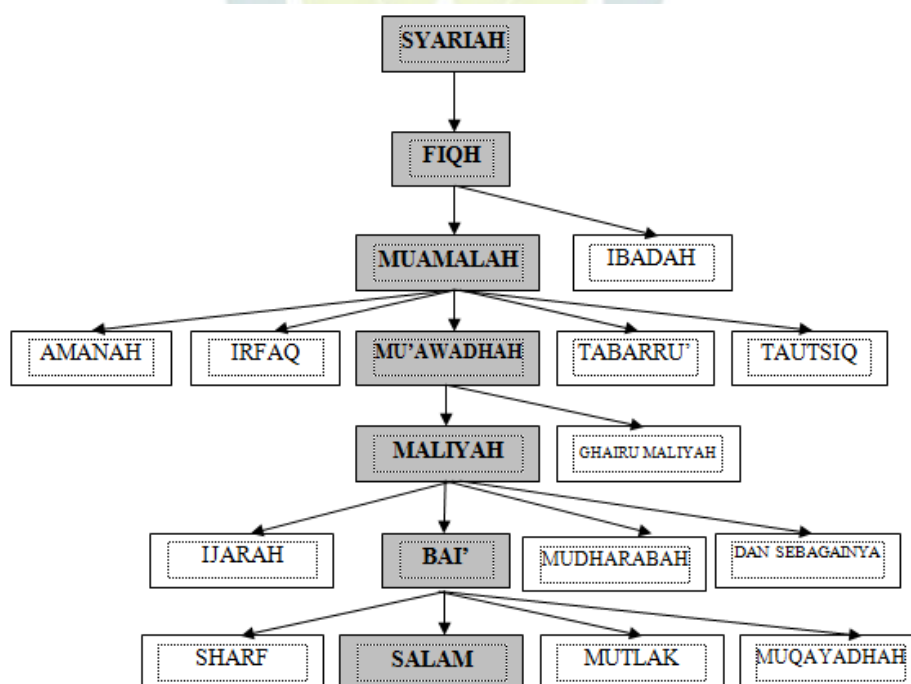
b. D. McCharty, P. Fader, B. Hardie (2017), dalam Jurnalnya yang berjudul “*Valuing Subscription-Based Businesses Using Publicly Disclosed Customer Data*” penulis menilai tentang bisnis *Subscription* dengan menggunakan data nasabah yang diungkapkan publik. Di dalamnya didiskusikan dan diungkapkan data tentang jumlah pelanggan yang datang dan pergi, nilai masa pakai pelanggan, dan banyak lagi.

c. M. Mimoun, M. Garnier, D. Depledge (2015), dalam Jurnal Riset Bisnis Terapannya yang berjudul “*A video-netnographic study on the expression of values in subscription-based e-commerce*”, dimana jurnal tersebut berfokus pada pengalaman konsumsi atas sebuah *Beauty box* (salah satu jenis *Subscription Box*).

Berdasarkan analisis netnografi video dan komentar di YouTube, penulisnya menyoroti bahwa tipologi nilai yang dikembangkan oleh Holbrook (1999) berlaku untuk bentuk baru pengalaman *e-commerce* dan konsumsinya.

Ditinjau dari studi-studi yang telah ada, jelas bahwa penelitian ini berbeda dengan kajian-kajian yang sebelumnya. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah penelitian ini meninjau bisnis *Subscription Box* dari sudut pandang Hukum Ekonomi Syariah.

2. Kerangka Pemikiran



Bagan 1.1 Chart Flow Kerangka Penelitian

Hukum Ekonomi Islam atau dikenal juga dengan istilah Hukum Ekonomi Syariah merupakan bagian integral dari Hukum Islam, dimana secara garis besar Hukum Islam dikelompokkan menjadi dua bagian besar, yaitu bidang ibadah dan bidang *mu'āmalah*⁹.

⁹ Arifin Hamid, *Hukum Ekonomi Islam (Ekonomi Syariah) di Indonesia*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2007) hlm. 36.

Bidang ibadah menekankan pada seluruh aspek yang berkaitan dengan penghambaan diri manusia kepada sang pencipta-Nya, yaitu Allah *swt.*,¹⁰ yang di perlukan untuk menjaga ketaatan dan keharmonisan hubungan manusia dengan Allah¹¹. Sebagaimana kaidah:

الأَصْلُ فِي الْعِبَادَةِ التَّوْقِيفُ وَلَا يَعْْبُدُ اللَّهُ إِلَّا بِمَا شَرَعَ

“Prinsip dalam masalah ibadah adalah at-tauqif dan tidak dibenarkan melakukan ibadah, kecuali sesuai dengan yang telah diperintahkan Allah.”

maka, sifat dari bidang ibadah adalah tetap (statis), tidak dapat diubah.

Sedangkan *Mu'āmalah* merupakan seluruh aspek yang berkaitan dengan hubungan/interaksi antara manusia dengan makhluk lainnya¹². Berbeda dengan bidang ibadah yang sifatnya tetap, bidang *mu'āmalah* senantiasa berubah seiring perubahan zaman, termasuk dalam aktivitas ekonomi yang senantiasa berinovasi mengikuti kebutuhan manusia yang terus berkembang, sebagaimana kaidah:

لَأَصْلُ فِي الْمُعَامَلَةِ الْإِبَاحَةُ إِلَّا أَنْ يَدُلَّ دَلِيلٌ عَلَى تَحْرِيمِهَا

“Asal pokok dalam transaksi *mu'āmalah* adalah sah sehingga berdiri dalil yang membatalkan dan mengharamkannya”¹³.

Ini berarti ketika suatu transaksi baru muncul dan belum dikenal sebelumnya dalam hukum Islam, maka transaksi tersebut dianggap dapat diterima, kecuali terdapat dalil al-Qur'an dan/atau Hadis yang melarangnya, baik secara eksplisit maupun implisit, dan manusia sepatutnya mematuhi, karena dalam

¹⁰ Arifin Hamid, *Hukum Ekonomi Islam (Ekonomi Syariah) di Indonesia*, ... hlm. 36.

¹¹ M. Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari teori ke praktek*, (Depok: Gema Insani, 2009) hlm. 4.

¹² Abdul Hamid dan Beni A. Saebani, *Fiqh Ibadah Refleksi Ketundukan Hamba Allah Kepada Al-Klaliq Perspektif al-Quran dan as-Sunnah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2009) hlm. 37.

¹³ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2011)

hidup bermuamalah tidak ada alternatif lain kecuali menyesuaikan diri dengan peraturan Allah Swt. dan Rasul-Nya, sebagaimana firman Allah sebagai berikut:

وَمَا كَانَ لِمُؤْمِنٍ وَلَا مُمْمِنَةٍ إِذَا قَضَىٰ اللَّهُ وَرَسُولُهُ أَمْرًا أَنْ يَكُونَ لَهُمُ الْخِيَرَةُ مِنْ أَمْرِهِمْ ۗ وَمَنْ يَعْصِ اللَّهَ وَرَسُولَهُ فَقَدْ ضَلَّ ضَلًّا مُّبِينًا ﴿٣٦﴾

Dan tidaklah patut bagi laki-laki yang mukmin dan tidak (pula) bagi perempuan yang mukmin, apabila Allah dan Rasul-Nya telah menetapkan suatu ketetapan, akan ada bagi mereka pilihan(yang lain) tentang urusan mereka. Dan barang siapa mendurhakai Allah dan Rasul-Nya, maka sungguh dia telah sesat, sesat yang nyata (QS. Al Azhab : 36).¹⁴

Persoalan *mu'āmalah* tidak dapat dipisahkan dari akad (transaksi), sebagaimana yang tercantum dalam bukunya Muhammad bin Ibrahim bin Abdullah al-Tuwarijiy, transaksi-transaksi/akad-akad tersebut pada praktiknya terbagi kedalam 5 macam, yaitu (1) akad *mu'āwadhah*, (2) akad *tabarru'*, (3) akad *irfāq*, (4) akad *tautsīq*, dan (5) akad *amānah*.¹⁵

Akad *mu'āwadhah* yaitu setiap akad yang mencakup serah terima atau timbal balik yang dilakukan oleh kedua belah pihak, dimana secara umum akad *mu'āwadhah* ini terbagi kedalam 2 bagian, (1) akad *mu'āwadhah māliyah*, dan (2) akad *mu'āwadhah ghairu māliyah*, antara keduanya memiliki perbedaan, *pertama*, akad *mu'āwadhah māliyah* terpengaruh oleh *gharar* dan *jahāl* baik dalam harga maupun dalam objek akad, sehingga akibat hukum dari jenis akad ini menyebabkan rusaknya akad. Sedangkan akad *mu'āwadhah ghairu māliyah* adalah akad yang terpengaruh *gharar* namun tidak berpengaruh kepada rusaknya akad. *Kedua*, akad *mu'āwadhah māliyah* adalah akad *lāzimah* (akad yang mengikat kedua belah pihak) yang menerima *fasakh* (pembatalan akad) sehingga kedua belah pihak

¹⁴ Imam G. Masykur, dkk., *Almumayyaz: Al-Quran Tajwid Warna Transliterasi Per Kata Terjemah Per Kata*,... hlm. 423.

¹⁵ Enang Hidayat, *Fiqh Jual Beli*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015), hlm.5. Mengutip Muhammad bin Ibrahim bin Abdullah al-Tuwarijiy, *Al-Maushu'ah a-Fiqh al-Islamiy*, (t.p. 2009M/1430H) jld. III, cet. I, hlm. 36.

diperbolehkan bersepakat membatalkan akad. Sedangkan *mu'āwadhah ghairu māliyah* adalah akad *lāzimah* yang tidak menerima *fasakh*, sehingga tidak memungkinkan untuk bersepakat membatalkan akad.¹⁶ diantara akad-akad yang termasuk kedalam akad *mu'āwadhah māliyah* salah satunya adalah akad jual beli (*bai'*).

Jual beli (*bai'*) selain termasuk kepada akad *mu'āwadhah māliyah*, juga termasuk ke dalam *mu'āmalah māliyah*, yaitu *mu'āmalah* yang objek kajiannya adalah benda yang sering dipraktikkan oleh masyarakat, tidak hanya ditujukan untuk memperoleh keuntungan materi semata, tetapi lebih jauh dari itu, yakni memperoleh ridha dari Allah Swt. oleh karena itu dalam hal ini perlu diperhatikan tata caranya yang sesuai dengan aturan *syara'*. Kemudian jual beli ini juga tidak terlepas perannya dari segi akhlak atau etikanya dan yang tak kalah penting untuk diperhatikan adalah masalah keabsahan jual beli menurut syariat Islam. Oleh karena itu, para ulama dalam kitabnya merinci pembahasan mengenai hukum jual beli, yang mana dalam kitab-kitab fikih pembahasan mengenai jual-beli yang diharamkan lebih banyak dibahas, misalnya karena alasan *gharar* atau *jahalah*.¹⁷

Ulama sepakat tentang wujudnya aset atau barang yang diperjualbelikan sebagai syarat sah jual-beli. Apabila aset yang diperjualbelikan belum ada/wujud, jual beli tersebut termasuk jual beli *ma'dum* (*gharar*) yang dilarang Allah dan Rasul-Nya. Namun, ketentuan tersebut bersifat umum yang memiliki pengecualian (*al-mustatsnayāt/lex specialist*), jual beli yang dimaksud yaitu jual beli *salam* dan jual beli *istishna'*.¹⁸

¹⁶ Enang Hidayat, *Fiqh Jual Beli*,... hlm.5-6.

¹⁷ Enang Hidayat, *Fiqh Jual Beli*,... hlm.6-7.

¹⁸ Jaih Mubarak dan Hasanudin, *Fikih Mu'amalah Maliyyah: Akad Jual Beli*, (Bandung: PT Simbiosis Rekatama Media, 2017) hlm .252.

Jual beli *salam* (*bai' al-salam*) atau disebut juga dengan jual beli *salaf* (*bai' al-salaf*) oleh Wahbah al-Zuhaili didefinisikan sebagai jual beli tangguh dengan tunai; atau jual beli sesuatu yang dideskripsikan yang berada dalam tanggungan, yaitu (jual beli) yang didahulukan pembayaran harga dan diakhiri penyerahan barang (*mutaman*) karena tangguh.

Jual beli salam oleh syariat islam diperbolehkan berdasarkan dalil berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَانَيْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَى أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ ۚ وَلْيَكْتُبَ بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ ۚ وَلَا يَأْبَ كَاتِبٌ أَنْ يَكْتُبَ كَمَا عَلَّمَهُ اللَّهُ ۚ فَلْيَكْتُبْ وَلْيُمْلِلِ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا يَبْخَسْ مِنْهُ شَيْئًا ۚ فَإِنْ كَانَ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ سَفِيهًا أَوْ ضَعِيفًا أَوْ لَا يَسْتَطِيعُ أَنْ يُمِلَّ هُوَ فَلْيُمْلِلْ وَلِيُّهُ بِالْعَدْلِ ۚ وَاسْتَشْهِدُوا شَهِيدَيْنِ مِنْ رَجَالِكُمْ ۖ فَإِنْ لَمْ يَكُونَا رَجُلَيْنِ فَرَجُلٌ وَامْرَأَتَانِ مِمَّنْ تَرْضَوْنَ مِنَ الشُّهَدَاءِ أَنْ تَضِلَّ إِحْدَاهُمَا فَتُذَكَّرَ إِحْدَاهُمَا الْأُخْرَى ۚ وَلَا يَأْبَ الشُّهَدَاءُ إِذَا مَا دُعُوا ۚ وَلَا تَسْأَمُوا أَنْ تَكْتُبُوهُ صَغِيرًا أَوْ كَبِيرًا إِلَى أَجَلِهِ ۚ ذَلِكُمْ أَقْسَطُ عِنْدَ اللَّهِ وَأَقْوَمُ لِلشَّهَادَةِ وَأَدْنَىٰ أَلَّا تَرْتَابُوا ۚ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً حَاضِرَةً تُدِيرُونَهَا بَيْنَكُمْ فَلَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَلَّا تَكْتُبُوهَا ۚ وَأَشْهِدُوا إِذَا تَبَايَعْتُمْ ۚ وَلَا يُضَارَّ كَاتِبٌ وَلَا شَهِيدٌ ۚ وَإِنْ تَفَعَّلُوا فَإِنَّهُ فَسُقٌ بِكُمْ ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ وَيَعْلَمُ اللَّهُ ۚ وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ (البقرة: ٢٨٢)

Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. Dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar. Dan janganlah penulis enggan menuliskannya sebagaimana Allah mengajarkannya, meka hendaklah ia menulis, dan hendaklah orang yang berhutang itu mengimlakkan (apa yang akan ditulis itu), dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya, dan janganlah ia mengurangi sedikitpun daripada hutangnya. Jika yang berhutang itu orang yang lemah akalnya atau lemah (keadaannya) atau dia sendiri tidak mampu mengimlakkan, maka hendaklah walinya mengimlakkan dengan jujur. Dan persaksikanlah dengan dua orang saksi dari orang-orang lelaki (di antaramu). Jika tak ada dua oang lelaki, maka (boleh) seorang lelaki dan dua orang perempuan dari saksi-saksi yang kamu ridhai, supaya jika seorang lupa maka yang seorang mengingatkannya. Janganlah saksi-saksi itu enggan (memberi keterangan) apabila mereka dipanggil; dan janganlah kamu jemu menulis hutang itu, baik kecil maupun besar sampai batas waktu membayarnya. Yang demikian itu, lebih adil di sisi Allah dan lebih menguatkan persaksian dan lebih dekat kepada tidak (menimbulkan) keraguanmu. (Tulislah mu'amalahmu itu), kecuali jika mu'amalah itu perdagangan tunai yang kamu jalankan di antara kamu, maka tidak ada dosa bagi kamu, (jika) kamu tidak menulisnya. Dan persaksikanlah

apabila kamu berjual beli; dan janganlah penulis dan saksi saling sulit menyulitkan. Jika kamu lakukan (yang demikian), maka sesungguhnya hal itu adalah suatu kefasikan pada dirimu. Dan bertakwalah kepada Allah; Allah mengajarmu; dan Allah Maha Mengetahui segala sesuatu. (QS. Al-Baqarah : 282)¹⁹

عَنِ ابْنِ عَبَّاسٍ رَضِيَ اللَّهُ تَعَالَى عَنْهُمَا قَالَ: قَدِمَ النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ الْمَدِينَةَ وَهُمْ يُسْلِفُونَ فِي الشَّمَارِ السَّنَةَ وَالسَّنَتَيْنِ نَقَالَ: مَنْ أَسْلَفَ فِي ثَمَرٍ فَلْيُسْلِفْ فِي كَيْلٍ مَعْلُومٍ وَوَزَنٍ مَعْلُومٍ إِلَى أَجَلٍ مَعْلُومٍ. مُنْفَقٌ عَلَيْهِ، وَلِلْبَخَارِيِّ: مَنْ أَسْلَفَ فِي شَيْءٍ.

Ibnu Abas RA menceritakan, bahwa pada waktu Nabi SAW tiba di Madinah (waktu Hijrah), kiranya orang Madinah biasa meminjamkan buah-buahan mereka untuk satu dan dua tahun. Lalu beliau bersabda, “Siapa yang meminjamkan buah-buahannya, maka hendaklah dengan takaran dan timbangan yang erang sampai masa pembayaran yang terang.”²⁰

Kemudian sebagaimana Ibn al-Mundzir menjelaskan bahwa ulama sepakat (*Ijma'*) bahwa jual beli salam termasuk jual beliyang dibolehkan karena adanya kebutuhan (*al-hajah*) untuk melakukan perbuatan tersebut. Dalam kitab al-Mabsuth, Fath al-Qadir, al-Bada'i al-Shana'i, Radd al-Muhtar, Bidayat al-Mujtahid, Mughni al-Muhtaj, dan al-Mughni dijelaskan bahwa bolehnya jual-beli *salam* merupakan pengecualian (*lex specialis*) dari ketentuan umum, yaitu tidak bolehnya objek jual beli *ma'dum* (tidak ada saat akad) karena bolehnya jual-beli *salam* dapat mengokohkan kemaslahatan, sebagai keringanan bagi manusia (*tarkhish/rukhsah*) dan merupakan kemudahan (*al-taisir*) bagi manusia.²¹

Kendati demikian, jual beli salam memiliki syarat dan rukun yang harus selalu diperhatikan, karena apabila salah satu syarat dan rukun tersebut diabaikan maka jual beli itu menjadi batal, sebagaimana dijelaskan dalam KHES Buku II

¹⁹ Imam G. Masykur, dkk., *Almumayyaz: Al-Quran Tajwid Warna Transliterasi Per Kata Terjemah Per Kata*, (Bekasi: Cipta Bagus Segara, t.t) hlm. 47.

²⁰ Abdurasyid Abdul Aziz Salim, *Hidayatul Anam Bi Syarhi Bulughil Maram*, (Mesir: Maktabah Asy Syuruq, t.t) diterjemahkan oleh: Kahar Masyhur, *Bulughul Maram Jilid I*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 1992) hlm 467.

²¹ Jaih Mubarak dan Hasanudin, *Fikih Mu'amalah Maliyyah: Akad Jual Beli*,... hlm. 256.

Bab V Bagian ke-3 *Bai' Salam* Pasal 100-103, serta Fatwa DSN MUI No: 05/DSN_MUI/IV/2000, rukun dan syarat dari jual beli salam dirumuskan kedalam bentuk ketentuan-ketentuan yang harus dipenuhi.

KHES diataranya mengatur tentang persyaratan dari *bai'al-salam* . yaitu (1) jual-beli *salam* dapat dilakukan dengan syarat kuantitas dan kualitas barang sudah jelas, (2) kuantitas barang dapat diukur dengan takaran atau timbangan dan atau meteran, (3) spesifikasi barang yang dipesan harus diketahui secara sempurna oleh para pihak.²² kemudian lebih lanjut, didalam jual beli *salam* juga harus memenuhi syarat bahwa barang yang dijual, waktu, dan tempat penyerahan dinyatakan dengan jelas.²³

Begitu pula dalam Fatwa DSN MUI, fatwa mengenai ketentuan *bai' as-salam* meliputi ketentuan tentang pembayaran, barang, *salam* paralel, penyerahan barang sebelum waktunya, pembatalan kontrak dan perselisihan.²⁴

Dengan begitu, sebagaimana diawal telah dijelaskan bahwa akad salam ini merupakan pengecualian dari jual beli *ma'dum* yang secara umum terlarang, mkaa apabila ketentuan-ketentuan dalam jual beli *salam* tidak terpenuhi, jual beli *ma'dum* tersebut tidak dapat dikategorikan kedalam jual beli *salam*, tetapi tmasuk kedalam kategori jual beli *gharar* sebagaimana ketentuan umumnya.

²² Mahkamah Agung, "KHES Buku II: Tentang Akad Bab V Pasal 101." dalam *Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah.pdf* (di download melalui www.badilag.net) hlm. 36.

²³ Mahkamah Agung, "KHES Buku II: Tentang Akad Bab V Pasal 101." dalam *Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah.pdf* (di download melalui www.badilag.net) hlm. 36.

²⁴ Dewan Syariah Nasional, *Fatwa Dewan Syari'ah Nasional No: 05/Dsn-Mui/Iv/2000 Tentang Jual Beli Salam* ", dalam salinan fatwa DSN MUI yang didownload melalui *website resmi DSN MUI* <http://dstats.net/download.php?file=https://drive.google.com/file/d/0BxTl-INihFyzZ3JSZjFuRHN5MjA/view?usp=sharing>.

F. Langkah-Langkah Penelitian

1. Metode Penelitian

Metode Penelitian yang akan digunakan dalam penelitian mengenai *subscription box* ini adalah metode yuridis empiris atau dikenal juga dengan metode yuridis sosiologis, yakni suatu metode penelitian hukum yang memandang hukum sebagai fenomena sosial dengan pendekatan struktural dan umumnya terkuantifikasi.²⁵ Meski pada umumnya terkuantifikasi, namun dikarenakan data yang dikumpulkan oleh peneliti bersifat monografis atau berwujud kasus-kasus (dalam hal ini, praktik-praktik yang dilakukan oleh penyedia bisnis *subscription box*), sehingga tidak dapat disusun ke dalam suatu struktur klasifikasi, maka analisis yang dapat digunakan adalah analisis kualitatif.

2. Sumber Data

Data yang terkumpul dalam penelitian ini menjadi dasar acuan dalam pembahasan dan penganalisisan suatu penelitian. Untuk mengumpulkan data tersebut, penting diketahui sumber data seperti apa yang dibutuhkan. Dalam bukunya, Indriantoro dan Supomo menjelaskan bahwa sumber data terdiri dari²⁶:

a. Data Primer

Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara). Data primer secara khusus dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian yang meliputi data yang berkaitan dengan bisnis *subscription box*. Sumber data primer dalam penelitian ini tidak berupa individu-individu dari para pelaku *subscription*

²⁵ Amiruddin dan Zainal Asikin, *Pengantar Metode Penelitian*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004) hlm 167.

²⁶ Nur Indriantoro dan Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis: Untuk Akuntansi Dan Manajemen*, (Yogyakarta: BPFE, 1999) hlm. 147.

box, tetapi suatu produk yang terikat oleh hukum, dibuat oleh individu-individu tersebut. Produk tersebut dikenal dengan istilah *term of use* atau *term of service* sebagaimana diakui dalam UU No. 8 Tahun 1999 Bab V Pasal 18 tentang klausa baku. Dan berikut merupakan data primer dari penelitian ini:

- 1) *Term and Condition* Perusahaan Vegan Cuts.
- 2) *Term of Use (Legal)* Perusahaan Ipsy
- 3) *Term and Condition* Perusahaan Top munch
- 4) *Term of Service* Perusahaan Dollar Shave Club
- 5) Konten resmi tentang perusahaan Once Upon a Book yang tercantum di *website* onceuponabookclub.com
- 6) Panduan Pertanyaan Wawancara bersama Lisa Jolley dan Merry (pelanggan *subscription box*)

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung, yakni melalui media perantara. Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah disusun dalam arsip (data dokumenter) yang dipublikasikan dan tidak dipublikasikan. Data sekunder ini pun bisa diperoleh dari studi kepustakaan, buku-buku seperti buku Fiqih *Mu'āmalah*, Hadits-Hadits tentang *Mu'āmalah*, Fiqih Jual Beli, Panduan Praktik Bisnis Syariah dan sumber literatur lainnya yang mendukung terhadap penelitian yang penulis dilakukan.

3. Jenis Data

Jenis data yang dihasilkan pada penelitian ini adalah data kualitatif dan deskriptif berupa ucapan/tulisan sebagai berikut:

- 1) Data tentang pelaksanaan bisnis *subscription box*
- 2) Data tentang pelaksanaan bisnis *subscription box* berdasarkan Hukum Ekonomi Syariah.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data dalam penelitian ini menggabungkan kedua teknik yang ada, yakni langsung dan tidak langsung. Meskipun pada praktiknya lebih menekankan pada teknik pengumpulan data tidak langsung, mengingat sifat dari objek penelitian ini tidak terbatas (transaksi tidak terbatas oleh jarak dan waktu). Berikut merupakan langkah – langkah dalam pengumpulan data dalam penelitian ini:

a. Studi Dokumen

Studi dokumen merupakan langkah awal dari setiap penelitian hukum.²⁷

Studi dokumen dalam penelitian ini yaitu mencari data mengenai hal-hal inti variabel yakni terdapat di dalam *term of use/term and condition/term of service*/konten resmi lainnya dari perusahaan-perusahaan *subscription box*.

b. Studi Pustaka

Merupakan pengumpulan informasi dan data dengan bantuan berbagai macam material yang ada di perpustakaan, yakni berupa dokumen, buku, catatan, majalah, dan lain sebagainya.²⁸

c. Interview/Wawancara

Interview dalam hal penelitian berarti suatu usaha untuk mendapatkan informasi dan pemahaman tentang isu-isu yang relevan dengan tujuan umum dan

²⁷ Amiruddin dan Zainal Asikin, *Pengantar Metode Penelitian*,... hlm. 68.

²⁸ Definisi Menurut Para Ahli, *Pengertian Studi Pustaka*, <http://www.definisimenurutparaahli.com/pengertian-studi-pustaka/> (diakses 12 Juli 2018) mengutip Mardalis: 1999.

pertanyaan spesifik dari suatu penelitian. Dalam hal ini penulis melakukan wawancara tertulis melalui fasilitas *direct message* dalam media sosial Instagram dan facebook kepada pelanggan *subscription box*.

5. Analisis Data

Adapun analisis data yang digunakan untuk menganalisa data yang telah terkumpul adalah dengan analisis deduktif, yaitu analisa yang berpedoman pada cara berfikir deduktif.²⁹ Cara berfikir deduktif dimulai dengan teori, dan diakhiri dengan fenomena atau hal khusus³⁰. Sehingga penganalisisan data yang penulis lakukan akan bermula dari teori-teori hukum ekonomi syariah yang berkaitan dengan fenomena-fenomena dari bisnis *subscription box*.

Berikut merupakan tahapan-tahapan yang akan penulis lakukan dalam menganalisis data:

- a. Memahami sumber data yang diperoleh.
- b. Mengklasifikasikan data tersebut kedalam suatu kategori tertentu berdasarkan poin-poin dalam pertanyaan penelitian.
- c. Setiap data dari masing-masing kategorinya, dibandingkan serta dihubungkan antara satu data dengan data lainnya dengan berpedoman pada kerangka pemikiran yang telah ditentukan.
- d. Menganalisis data dengan menggunakan metode deskriptif kemudian dihubungkan dengan teori-teori yang ada, baik teori hukum ekonomi syariah ataupun teori lain yang dibutuhkan.
- e. Menarik kesimpulan yang mengacu pada rumusan masalah penelitian.

²⁹ Faisol, *Pendidikan Islam Perspektif*, (Bekasi :Guepedia, 2011) hlm. 114.

³⁰ A. Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Penelitian Gabungan*, (Jakarta: Kencana, 2014) hlm. 17.



uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG